

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan dari analisis yang dilakukan dalam pembahasan, dapat kesimpulan tentang strategi pemasaran pada produk “kentang goreng Cavendish tipe clear”, sebagai berikut:

1. Posisi pemasaran yang didapat dalam analisis data dengan menggunakan metode SWOT pada penjualan produk “kentang goreng Cavendish tipe clear” yaitu berada pada kuadran 1 (strategi agresif) dengan nilai faktor internal 0.7 dan faktor eksternal 0.4.

2. Strategi SO

Strategi ini memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya agar bertahannya sebuah perusahaan, dalam pembahasan ini strategi yang didapat tersebut yaitu Mempromosikan besar-besaran pada produk impor kentang goreng tersebut, Memperluas pemasaran dengan cara promosi via tester agar peminat mengetahui rasa pada kentang goreng tersebut.

3. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada, dalam pembahasan ini strategi yang didapat tersebut yaitu Memahami selera konsumen selalu berinovasi menciptakan kentang yang beraneka ragam dan rasa yang terbaru dan terbaik, harus diterapkan kebijakan-kebijakan yang tepat untuk mengatur harga yang tidak stabil serta keuntungan tidak terlalu mengalami penurunan, dengan adanya pelanggan tetap dapat mengurangi persaingan dengan produsen yang lebih besar.

4. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada, dalam pembahasan ini strategi yang didapat tersebut yaitu yaitu melakukan promosi via tester terhadap konsumen untuk meminimalisir control barang yang rendah terhadap barang yang disalurkan, memanfaatkan promosi agar pembeli tertarik membelinya Meminimalisir harga yang tidak stabil pada produk tersebut dan memperkenalkan produk tersebut yang berasal dari canada

5. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman, dalam pembahasan ini strategi yang didapat tersebut yaitu membuat perencanaan harga produk tersebut mengantisipasi kenaikan harga, membuat produk terbaru strategi untuk mengantisipasi banyaknya produsen produk yang sama, menambahkan tenaga kerja dalam hal keterlambatan pengiriman barang, Memperdalam pemahaman barang-barang yang ingin disalurkan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian :

1. Melakukan strategi yang telah diusulkan dan strategi yang tepat untuk dilakukan adalah strategi SO, strategi ini digunakan dalam meningkatkan penjualan pada produk “Kentang goreng Cavendish Tipe Clear” di PT. Delisari Nusantara, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan kekuatan dan peluang, strategi Mempromosikan besar-besaran pada produk impor kentang goreng tersebut, Memperluas pemasaran dengan cara promosi via tester agar peminat mengetahui rasa pada kentang goreng tersebut.